تسويق الخدمات التأمينية للتأمين التكافلي والتجاري في ظل المنافسة

إعداد

أ.د. محمد محمود يوسف / عميد كلية التجارة - جامعة القاهرة

أ.د. محمد غازي صابر / مستشار التأمين بوزارة التجارة والصناعة

تقديم

- شهد قطاع التأمين في دولة الكويت تطورا ملموسا خلال الخمس سنوات الماضية ،وخاصة بعد ولوج شركات التأمين التكافلي وتميزها بأنها تعمل وفقا للشريعة الإسلامية ،وقد إرتفعت حجم أقساط التأمين من ١٠٩,٧مليون د.ك في عام ٢٠٠٣ بلغت ١٣٠مليون د.ك في عام ٢٠٠٤ ، وفي عام ٢٠٠٥ بلغت إجمالي الأقساط ١٥٣,٨ مليون د.ك ، بمعدل نمو قدره ٤١% عن عام ٢٠٠٣ ، ومن المتوقع أن تقترب من ١٧٥مليون في عام ٢٠٠٦ .

تبويب الدراسة

- إشتملت الدراسة على المباحث التالية :

المبحث الأول : دراسة وتحليل سوق التأمين الكويتي

- أولا : دراسة حجم أقساط سوق التأمين في الكويت ،وحصة الشركات الوطنية ، والعربية ، والأجنبية .
- ثانيا : حصة شركات التأمين التكافلي من السوق الكويتي .
- المبحث الثاني : المزيج التسويقي والمنافسة في سوق التأمين
- .

دراسة الإتجاه العام لسوق التأمين الكويتي

- إولا : إجمالي أقساط التأمين خلال الفترة (٢٠٠٣:٢٠٠٥)
- ١ـ التأمينات العامة : القيمة بالمليون د.ك

الشركات /السنوات	٢٠٠٣	٢٠٠٤	٢٠٠٥
الشركات الوطنية	٧١,٣	٨٣,٣	٩٧
الشركات العربية	٧,٥	٧,٥	٨,٨
الشركات الأجنبية	٤,٣	٤,٨	٦,٨
الإجمالي	٨٣,١	٩٥,٦	١١٢,٦

تطور السوق الكويتي

- ٢- تامينات الحياة : القيمة بالمليون د.ك

الشركات /السنوات :	٢٠٠٣	٢٠٠٤	٢٠٠٥
الشركات الوطنية :	٢٣,٣	٣٠,٧	٣٦,٧
الشركات العربية :	٠٠	٠٠	٠٠
الشركات الأجنبية :	٣,٣	٣,٧	٤,٥
الإجمالي :	٢٦,٦	٣٤,٤	٤١,٢

إجمالي أقساط التأمين للسوق الكويتي خلال الفترة من عام ٢٠٠٣ : ٢٠٠٥

الشركات / السنوات	٢٠٠٣	٢٠٠٤	٢٠٠٥
الشركات الوطنية :	٩٤,٦	١١٤	١٣٣,٧
الشركات العربية :	٧,٥	٧,٥	٨,٨
الشركات الأجنبية :	٧,٦	٨,٥	١١,٣
إجمالي السوق :	١٠٩,٧	١٣٠	١٥٣,٨

تطور أقساط التأمين لفروع التأمينات العامة خلال الفترة من عام(٢٠٠٣:٢٠٠٥)بالمليون د.ك

– الفرع /السنوات	٢٠٠٣	٢٠٠٤	٢٠٠٥
– تكميلي	٢٠,٧	٢٧,٥	٣١,٧
– ضد الغير	١٢,٤	١٣,٧	١٤,٧
– الصحي	٢,٨	٣,٤	٢١,٧
– الحريق	١٣,٥	١٢,٦	١٤,٩
– البحري	١٤,٧	١٥,٨	١٧,٤
– أخرى	١٩	٢٢,٦	٢٥,٧
– الإجمالي	٨٣,١	٩٥,٦	١١٢,٦

تطور قيمة التعويضات المدفوعة خلال الفترة من عام ٢٠٠٤/٢٠٠٥بالمليون د.ك

الشركات/السنوات	٢٠٠٤	٢٠٠٥
الشركات الوطنية	٤٩,١	٤٩,٨
الشركات العربية	٥,٣	١٠,٣
الشركات الأجنبية	٣,٦	٢,٧
الإجمالي	٥٨	٦٢,٨

تطور قيمة التعويضات المدفوعة لفرعي الحريق والبحري خلال عام٢٠٠٤ /٢٠٠٥

الشركة-فرع/السنة :	٢٠٠٤		٢٠٠٥	
	حريق	بحري	حريق	بحري
الشركات الوطنية	٣,١	٣,٥	٢١,٣	٦
الشركات العربية	٠,٢	٠,٢	٠,٨	٠,١
الشركات الأجنبية	٠,٤	٠٠	٠٠	٠,١
الإجمالي :	٣,٧	٣,٧	٢٢,١	٦,٢

تطور قيمة التعويضات المدفوعة لفرعي الحياة والصحي خلال الفترة من عام ٢٠٠٥:٢٠٠٤

الشركة /السنة	٢٠٠٤		٢٠٠٥	
	الحياة	الصحي	الحياة	الصحي
الشركات الوطنية	١٥,٤	٠,٤	١٩	٠,٥
الشركات العربية	٠٠	٠٠	٠٠	٠٠
الشركات الأجنبية	١,٣	٠٠	٠,٩	٠٠
الإجمالي :	١٦,٧	٠,٤	١٩,٩	٠,٥

تطور قيمة التعويضات المدفوعة لتأمين السيارات بفرعية ضد الغير /التكميلي خلال الفترة (٢٠٠٤:٢٠٠٥)بالمليون د.ك

الشركة / السنة	٢٠٠٤		٢٠٠٥	
	ضد الغير	تكميلي	ضد الغير	تكميلي
الشركات الوطنية	٧,٤	١٣	٧,٤	١٤,٨
الشركات العربية	٣,٣	١,٤	٣,٣	١,٥
الشركات الأجنبية	٠,٦	١,٢	٠,٥	١,١
الإجمالي	١١,٣	١٥,٦	١١,٢	١٧,٤

تطور قيمة الأقساط المباشرة لشركات التأمين التكافلي في عام ٢٠٠٤بالمليون د.ك

الفرع /الشركة :	الأولى	وثاق	الوطنية	السوق
الحريق	٠,٣	٠,٣	٠٠	١١,٤
البحري	٠,٣	٠,٣	٠,٥	١٤,٧
ضد الغير	١,٧	٠,٣	٠,١	٩,٧
تكميلي	٣,٢	١,٩	٠,٢	٢٣
الحياة	١,٥	٠٠	٠٠	٢١,٣
الصحي	٠,١	٠٠	٠٠	٩,٤
اخرى	٠,٧	٣,٠	٠,١	٢١,١
الإجمالي	٧,٨	٥,٨	٠,٩	١١٤

تطور قيمة الأقساط المباشرة لشركات التأمين التكافلي في عام ٢٠٠٥

الفروع / الشركة :	الأولى	وثاق	الوطنية	الخليجية
الحريق	٠,٣	٠,٣	٠,٤	٠٠
البحري	٠,٥	٠,٤	١,٧	٠٠
الحوادث	٥,٦	٣,٣	٢,٤	٠,٤
الحياة/صحي	١,٨	٢,٨	٠,٥	١,١
الإجمالي	٨,٢	٦,٨	٥,٠	١,٥

- يتضح أن إجمالي أقساط التأمين التكافلي ٢١,٥ مليون د.ك ، وأن حصة الشركة الوطنية تبلغ ٢٣,٣% ، بينم إستحوذت الأولى على ٣٨%، ووثاق على٣١,٦% ،واستحوذ التأمين التكافلي على١٤%من إجمالي سوق التأمين في عام ٢٠٠٥

النمو الاقتصادي في دولة الكويت والمنافسة بين التأمين التكافلي والتجاري

- تشير التقارير الدورية والإحصائيات عن حالة الاقتصاد الكويتي ، أن هناك حالة من الرواج الإقتصادي الملموس ، في دولة الكويت ، وسوف ينعكس هذا النمو الإقتصادي على قطاع التأمين ، وخاصة أن بوادر هذا الرخاء يلمسها المواطنين والمقيمين ، والتي تمثلت في زيادة الدخول لمعظم هؤلاء الأفراد . الامر الي سوف يصب في زيادة الطلب على السلع والخدمات ، والإستثمار المالي والمادي .
- وبدراسة تجارة الكويت الخارجية خلال الفترة من عام ٢٠٠١ الربع الثالث من عام ٢٠٠٥ يتضح ما يلي :

حجم الصادرات والواردات خلال الفترة من عام ٢٠٠١: ٢٠٠٥ الربع الثالث بالمليون دينار كويتي

السنه	إجمالي الصادرات	الواردات	الميزان التجاري
٢٠٠١	٤٩٦٩,٧	٢٤١٣,٣	٢٥٥٦,٥
٢٠٠٢	٤٦٦٦,٢	٢٧٣٥,٨	١٩٣٠,٥
٢٠٠٣	٦١٣٤,٦	٣٦١٥,٠	٢٥١٩,٦
٢٠٠٤	٨٤٦٦,٥	٣٥٣٨,٠	٤٩٢٨,٥
٢٠٠٥	٣٥٠٨,٢	١٣٩٠,٠	٢١١٨,٢

النمو السكاني والتركيبه الديموغرافية في دولة الكويت

- بدراسة توزيع عدد السكان في دولة الكويت خلال الفترة من عام ١٩٩٩ : عام ٢٠٠٣بالألف ، يتضح ما يلي :

السنة	كويتي	غير كويتي	الإجمالي	كويتي/ إجمالي
١٩٩٩	٨١٢	١٤٤٣	٢٢٥٥	٣٦
٢٠٠٠	٨٤٢	١٣٧٥	٢٢١٧	٣٧,٩
٢٠٠١	٨٧٠	١٤٣٩	٢٣٠٩	٣٧,٦
٢٠٠٢	٨٩٨	١٥٢٢	٢٤٢٠	٣٧
٢٠٠٣	٩٢٨	١٦١٩	٢٥٤٧	٣٦,٤

- يتراوح معدل النمو السكاني للكويتين ما بين ٣,٢% :٣,٧%
- يتراوح معدل النمو لغير الكويتين ما بين ٢,٤ : ٥,٢%

القوى العاملة في دولة الكويت

- تشكل القوى العاملة حوالي ٥٨% من اجمالي عدد السكان في عام ٢٠٠٣، إلا ان الغالبية العظمى من القوى العاملة من غير الكويتين ، وتصل نسبتهم الى ٨١% والكويتيون ١٨% ، ومعدل النمو ٨% .

دراسة تحليلية لسوق التأمين الكويتي

- مما هو جير بالذكر انه منذ نشأة صناعة التأمين في نهاية عام ١٩٤٩ ،تبذل الحكومه كل الجهد لتدعيم وتطوير هذه الصناعة بما يحقق صالح الاقتصاد الوطني والمواطنين والمقيمين وكافة المنشآت الإقتصادية ، حيث كانت البداية إصدار القانون رقم ٢٤ لسنة ١٩٦١ للإشراف والرقابة على قطاع التأمين .
- وعند بداية تطبيق القانون تم تسجيل الشركات التي قامت بتوفيق اوضاعها والتزمت بأحكام القانون ، حيث بلغت تلك الشركات ٢٧ شركة من إجمالي ٤٩ شركة وطنية كانت موجودة وقت إصدار القانون عام ١٩٦١ ، وخرجت من السوق تلك الشركات التي لم ترغب في الإستمرار في عملها وفقا لأحكامه وعددها ٢٢ شركة .

حالة سوق التأمين في نهاية عام ١٩٨٠

- انسحبت من السوق بعض الشركات الأجنبية ، وانشئت شركة إعادة التأكين الكويتية في عام ١٩٧٢ وشركة وربة للتأمين في نهاية ١٩٧٨ .
- وقد بلغ عدد الشركات المصرح لها بمزاولة اعمال التأمين في نهاية عام ١٩٨٠ ثمانية عشر شركة ، منها أربعة شركات وطنية ، وستة شركات عربية ، وثمانية شركات أجنبية ، بالإضافة إلى شركة إعادة التأمين الكويتية .
- وقد إستحوذت الشركات الوطنية على ٨٠% من حجم أعمال التأمين في السوق الكويتي .

الجدول التالي يوضح الأقساط المباشرة للتأمينات العامة خلال الفترة من ١٩٧٠ : ١٩٧٩بالمليون دينار كويتي

الشركات /السنوات :	١٩٧٠	١٩٧٥	١٩٧٩
الوطنية	٥,٨٢٨	١٣,٦٤٦	٣٤,٤٠٣
العربية	٠,٧٨١	٢,٩٠٧	٥,٤٤٦
الأجنبية	١,٤٣٩	٣,١٨٤	٣,٣٨٢
السوق	٨,٠٤٨	١٩,٧٣٧	٤٣,٢٣١
نسبة إستحواذ الوطنية	%٧٢	%٦٩	%٧٩,٦

تطور حجم التعويضات للتأمينات العامة في السوق الكويتي خلال الفترة من ١٩٧٠ : ١٩٧٩بالمليون د.ك

الشركات/ السنوات :	١٩٧٠	١٩٧٥	١٩٧٩
الوطنية	٢,٠٤٤	٧,١٤٩	٢٢,٠٠٣
العربية	٠,٤٤٨	١,٩١٧	٤,١٦٣
الأجنبية	٠,٧٢٣	١,٨٧٥	٣,١٨٩
إجمالي	٣,٢١٥	١٠,٩٤١	٢٩,٣٥٥
نسبة الوطنية	%٦٣	%٦٥	%٧٤

تطور حجم أقساط تأمينات الحياة خلال الفترة من ١٩٧٠ : ١٩٧٩بالمليون د.ك

الشركات/ السنوات :	١٩٧٠	١٩٧٥	١٩٧٩
الوطنية	٠,٢٧٩	٠,٩٦٥	٣,٦٩٥
العربية	٠,٠٥٧	٠,٠٠٨	٠,٠٠٦
الأجنبية	٠,٣١٥	٠,٣٦٩	٠,٩٠٧
إجمالي السوق	٠,٦٥١	١,٣٤٢	٤,٦٠٨
نسبة الوطنية	٤٣%	٧٢%	٨٠%

يتضح من التحليل السابق ان الشركات الوطنية

- قد استحوذت على ٨٠% من حجم سوق التأمين الكويتي ن وأن الشركات العربية والأجنبية وعددها ١٣ شركة آنذاك قد حصلت على ٢٠% فقط من حجم أعمال السوق .
- ويلاحظ زيادة حجم أقساط التأمين خلال الفترة من عام ١٩٧٩من ٣٣,٩٦٣مليون د.ك إلى ١٥٣,٨ مليون دينار كويتي ،أي ما يقرب من ١٢٠ مليون دينار خلال ٢٦سنة .
- في حين إرتفعت حجم اقساط التأمين خلال الفترة من عام ٢٠٠١ من ٨١,٧ مليون دينار إلى ١٥٣,٨ مليون د.ك في ٢٠٠٥ ذلك
- بزيادة قدرها ٧٢ مليون دينار كويتي في ٥ سنوات فقط ، مما يدل على التقدم الإقتصادي وارتفاع مستوى المعيشة للمواطنين والمقيمين

المبحث الثاني
المزيج التسويقي والمنافسة في سوق التأمين

- تتسم صناعة التأمين بسمات خاصة تميزها عن الصناعات والخدمات المختلفة في معظم دول العالم ، وهناك الكثير من الصعوبات التي تواجه رجال تسويق الخدمات التأمينية ، لأن التأمين يباع ولا يشترى ، حيث لا يشعر المرء بالحاجة للخدمات التأمينية إلا بعض تحقق الخطر المؤمن منه في صورة حادث ، لذا فإن المنفعة التي يخلقها التأمين هي منفعة مستقبلية ، تحتاج من رجال البيع الكثير من الجهد والصفات الشخصية ، والإلمام بالأسس والمبادئ الفنية للتأمين ، ودراسة محتويات وثائق التأمين وخاصة تلك المتعلقة بالأخطار المغطاة والمستثناه .

مكونات المزيج التسويقي Marketing Mix

بدراسة الأدوات والبرامج التسويقية يتضح انها تتكون من العناصر التالية :

أولا : (المنتج Product) وهي عبارة عن المنتجات التأمينية التي تقدمها شركات التأمين التكافلي ، وغير التكافلي

وتتنوع تلك الخدمات التأمينية ، منها ما يغطي أخطار الممتلكات وأخطار المسئولية المدنية ، تجاه أشخاص أو ممتلكات الغير

وتلك التي تغطي أخطار الأشخاص ، والحوادث الشخصية .

ويلاحظ أنه لا يوجد إختلاف جوهري بالنسبة لمعظم وثائق التامين المقدمة من قبل شركات التأمين (تكافلي/ غير تكافلي) ، وخاصة تلك المتعلقة بالأخطار المغطاة والمستثناة .

إستحداث منتجات تأمينية جديدة

- إن سوق التامين في ظل المنافسة القائمة يحتاج إلى منتجات تأمينية جديدة مع الحفاظ على حقوق الملكية الفكرية وحقوق الشركات التي تبتكر وثائق تأمين جديدة وعدم قيام باقي الشركات بإستنساخ أو محاكاة المنتجات التأمينية . وفي إطار ذلك نقترح ما يلي
- أ- : توحيد الجهود لإعادة التأمين الصحي الحكومي على المقيمين والذي تم تطبيقه وفقا للقانون رقم ١ لسنة ١٩٩٩.وذلك عن طريق الإلتزام بما يلي :
- ١- تأسيس مجمعة للتأمين الصحي الحكومي تساهم فيها جميع شركات التأمين .
- ٢- إصدار وثيقة تأمين موحدة تغطى خطر المرض للمقيمين بحدود تغطية ١٥٠٠ د.ك ، وقسط تأمين ٣٠ دينار كويتي .

- ٢- أو أن يكون قسط التأمين هو السعر المحدد من قبل وزارة الصحة .
- ٣- أن تقوم المجمعة بسداد المطالبات دون تأخير .
- ٤- أن يتم علاج المقيمين في المستشفيات العلاجية الخاصة ، كما هو الحال في التأمين الصحي الإختياري .
- ٥- أن يتم تعديل أسعار التأمين الصحي وفقا لنتائج المجمعة في نهاية كل سنة مالية بعد حجز المخصصات الفنية من أقساط وتعويضات تحت التسوية أو تحت السداد .
- ٦- أن يتم توزيع صافي الأرباح على شركات التأمين وفقا لمساهمة كل منها ، مع منح المشتركين خصما في حالة تحقيق فائض للنشاط التأميني .

ب- إستحداث وثائق تكوين الأموال

- إن الزيادات التي تحققت في رواتب معظم العاملين في دولة الكويت من شأنه أن يساعد في تنمية الطلب على هذا النوع من التأمين ، الذي يتيح للمشترك تكوين مدخرات لأبنائه .
- ج- إستحداث وثائق التكافل الإجتماعي :
- وذلك لسداد الفجوة التي تحدث نتيجة حساب معاشات التقاعد على أساس أن الحد الأقصى للراتب والعلاوات الإجتماعية ١٢٥٠ د.ك وتقديم هذه الوثائق من خلال التأمين الجماعي للعاملين في الدولة والقطاع الخاص.
- د – أن النهضة العمرانية وازيادة حجم الإستثمار العقاري يلقي بظلاله نحو تقديم وثائق تأمين تغطي الأضرار التي قد تلحق بالغير في حالة إنهيار العقاروخاصة المسئولية تجاه الغير .ه- الإهتمام بتقديم وتسويق المسؤليه المهنية لأصحاب المهن(أطباء، مهندسين، صيادلة ......)

ثانيا التسعير: Price Rating

على الرغم من تعدد طرق التسعير وإختلاف الأساليب الرياضية والإحصائية المستخدمة في التقديرات الخاصة بحساب عناصر قسط التأمين إلا أنها تتفق جميعا في محددات القسط الصافي ، وتنحصر فيما يلي :

أولا : إحتمال تحقق الخطر .

ثانيا : المتوسط العام للخسارة (حدة الخسارة)

ثالثا : المعدل الفني للإستثمار .

إن تحديد أسعار السلع والخدمات المختلفة ، تعتبر من أهم القرارات التي تواجه الإدارة العليا في كافة المشروعات ، وترجع اهمية قرارات التسعير بالنسبة لشركات التأمين من اهم القرارات وخاصة انه يتعلق بمجموعة من الإعتبارات الأساسية .

الإعتبارات الأساسية في تسعير الخدمات التأمينية

- ١- أن يكون السعر عادلا ، بمعنى أن يتناسب طرديا مع درجات الخطر .
- ٢- ان يكون السعر كافيا لتغطية قيمة المطالبات المتوقعة .
- ٣- أن يؤخذ في الإعتبار معدلات التقلبات في الخسارة .
- ٤- أن يحقق هامش للربح بعد تغطية المصروفات الإدارية .
- طرق تسعير التأمينات العامة ، أولا : طرق التسعير التقليدية وهي :
- (١) الطريقة الفردية : حيث يتم تحديد القسط الخاص بكل وحدة خطر على حدة ، على أساس الخبرة الشخصية للمؤمن ، تستخدم في تأمين المفاعلات والأقمار الصناعية وسفن الفضاء وأية أخطار حديثة.

(٢) طريقة التعريفة الديناميكية .

- يطلق عليها التعريفة القابلة للتعديل ، حيث يأخذ المومن في إعتباره الخسائر المتوقعة والمصروفات المتوقعة لكل وحدة معرضة للخطر ، وذلك بناءا على الصفات الخاصة بكل وحدة ، وتشمل هذه الطريقة على أربعة أساليب عند تعديل التعريفة وهي :
- أ- الجدول الرقمي : يتم وضع أسعار لكل نموذج من الوحدات ، وبمعاينة الوحدة المراد التامين عليها وإجراء بعض المقارنات من حيث الخصائص لكل من الوحدة النموذجية ، والوحدة المراد التأمين عليها يتم زيادة السعر أوتخفيضه .
- ب- التسعير وفقا للخبرة : حيث يتم مقارنة الخسارة الفعلية بالخسارة المتوقعة ومن ثم حساب نسبة التعديل =
- (الخسارة الفعلية – المتوقعة) ÷ الخسارة المتوقعة

ج- طريقة التسعير على أساس النتائج

- حيث يحدد القسط الفعلي في نهاية مدة التأمين ، وحسب ماتظهره النتائج والخبرة الفعلية لخسائر المستأمن خلال مدة الوثيقة ويحصل المؤمن على قسط مبدئي عند التعاقد على أن يتم التسوية في نهاية مدة التأمين والتعديل بالزيادة والنقصان وهذا ما يلائم شركات التأمين التكافلي وخاصة أنها تقوم بتوزيع فائض النشاط التأميني على جماعة المشتركين .
- د- طريقة خصم القسط : حيث يتم حساب القسط بإحدى الطرق السابقة ، ثم يمنح المستأمن خصما على الأقساط الكبيرة مقابل الوفورات التي يحققها المؤمن في المصرفات الإدارية والثابتة والتي لا تتغير بتغير القسط .

(٣) التسعير بإستخدام الجداول المتعددة

- ووفقا لهذه الطريقة يتم التسعير على أساسش جداول متعددة ويختص كل جدول بنوع معين يحدد فيه ما يلي :
- ا- السعر الأساسي .... يفترض ان يكون المبنى بحالة جيدة
- ب- سعر إضافي ..... يحدد طبقا لخطورة شغل المبنى .
- ج- سعر إضافي .... لخطورة شغل المباني المجاورة .
- د- خصما لوجود أجهزة الوقاية والتحكم في الخطار .

ثانيا : الطرق الحديثة في تسعير التأمينات العامة

- إعتمدت هذه الطرق على النماذج الكمية ونظرية التوزيعات الإحتمالية والمحاكاة Simulation
- وتنقسم هذه الطرق إلى :
- ١ـ طريقة سعر المدى ، تأخذ في الإعتبار عامل الخبرة بالإضافة إلى معدل التقلبات في الخسارة ، ومضمون هذه الطريقة ، وضع مدى معين للسعر يتراوح بين حد أدنى ، وحد أعلى وخاصة في بداية التعامل مع وحدة خطر جديدة ' حيث يتم القياس لوحدة مشابهة لها تماما مع تحديد الإضافات أو الخصومات .
- ٢ـ طريقة السعر الساري في السوق : حيث يتم وضع السعر بعد المشاهدة والملاحظة لأسعار المؤمنين في السوق لنفس الوحدة المعرضة للخطر وتطبق هذه الطريقة في إستراليا وفي حالة المنافسة

٢- طريقة سعر المطالبات Demand or Perceived Pricing

- ووفقا لهذه الطريقة ، يؤخذ في الإعتبار المطالبات السابقة للمستمن فن كانت منخفضة يخفض السعر ، وكذا يكون السعر مرتفع في حالة المطالبات المرتفعة ، وتتميز هذه الطريقة بأنها تأخذ في الإعتبار سلوك وحدات الخطر ، إلا أنها لم تضع توزيعا محددا لهذا السلوك في المستقبل ، وبالتالي فإنها تنظر إلى تعديل السعر سنويا عند دخول مستأمنين جدد بوحدات خطر مماثلة وهل يتم خضوعهم جميها للتجربة والخطأ .لذا فإن التسعير بإستخدام التوزيعات الإحتمالية يقترب إلى العدالة وخاصة أنه يرسم سلوك وحات الخطر بأسلوب علمي مع الأخذ في الإعتبار عوامل الخبرة.

ثالثا: التوزيع Place or Distribution

- يعتبر التوزيع من أهم عناصر المزيج التسويقي في مجال التأمين ، ويتم توزيع الخدمات التأمينية من خلال :
- ا- وكلاء التأمين : وقد نظم قانون شركات ووكلاء التأمين رقم ٢٤ لسنة١٩٦١ الشروط الواجب توافرها في وكيل التأمين، ١- أن يكون كويتي الجنسية والا يقل سنه عن الحادية والعشرين ومعروفا بالإستقامة وغير محكوم عليه بجناية أو جنحة مخلة بالشرف والأداب العامة ، وغير محكوم عليه بالإفلاس مالم يرد إعتباره وأن يكون مسجلا بغرفة التجارة والسجل التجاري. ٢- أو أن يكون مؤسسة في الكويت عل الا تقل نسبة ما يمتلكه الكويتيون من رأس المال ٥١%

ب- وسطاء التأمين

- يقصد بوسيط التأمين(مكتب تأمين بالعمولة) كل من يتوسط أو يعرض أو يبرم عقد تأمين لحساب شركة خاضعة لأحكام القانون ، مقابل مكافئة أو عمولة من الشركة ، ويشترط فيمن يزاول وسيط التأمين أن يكون مقيدا في السجل المعد بإدارة التأمين ،ويشترط أن يكون كويتي الجنسية.
- و هناك شروط يجب توافرها فيمن يتولى إدارة مكتب التأمين بالعمولة ، التفرغ- حاصلا على أحد المؤهلات التالية :
- ثانوية عامة او ما يعدلها مع خبرة لا تقل عن ١٥ سنة في جميع انواع التأمين
- دبلوم بعد الثانوية مع خبرة ١٠ سنوات في مجال التأمين
- بكالوريوس مع خبرة ٥سنوات في مجال التأمين

ج- وسيط تأمين متجول

- يجب ان يكون مسجلا في سجل وسطاء التأمين النتجولون بإدارة التأمين بوزارة التجارة والصناعة .
- نفس الشروط السابقة في مدير مكتب التأمين بالعمولة
- د- تسويق التأمين مباشرة عن طريق إدارات الشركة

- ويجب الإهتمام بتقديم برامج تدريبية مستمرة ، ومتجددة لوسطاء التأمين ومديري مكاتب التأمين بالعمولة ،على الأساليب الحديثة بتسويق الخدمات التأمينية وسبل الوصول إلى طالبي الخدمات التأمينية في أماكن عملهم .

رابعا : الترويج Promotion

تتأثر حجم مبيعات شركة التأمين بمدى الموازنات المالية التي ترصد لتمويل الجهود الترويجية ، ويرجع السبب في ذلك لعدة عوامل نذكر منه ما يلي :

١- تزايد حدة المنافسة بين شركات التأمين التكافلي ، وغير التكافلي ، ورغبة كل منه على الإستحواذ على أكبر حصة من سوق الـتأمين .ولا يمكن لشركات التأمين تسويق معظم منتجاتها التأمينية إلا إذا نجحت في تسايط الضوء على اهمية هذه المنتجات التأمينية في المستقبل ومميزاتها وشروطها .

٢- أهمية صناعة الإعلان وزيادة تأثيرها على الجمهور

- إن تطور أساليب ووسائل الإعلانات وتنوعها في الصحف والمجلات وأجهزة التلفاز والمحطات الفضائية التي يمكن أن تساعد في زيادة الوعي التأميني وتنمية الطلب على الخدمات التأمينية .
- وتتحصر أهداف الترويج في تحقيق ما يلي :
- أ- الإعلام Informingحيث يقوم الترويج بإعلام المشترين للخدمات التأمينية بصفات وخصائص المنتجات التأمينية وشروطها والأخطار المغطاة .

ب- إقناع جماعة المشترين Persuasion

- إن الترويج الناجح يحدث تغيرا إيجابيا في سلوك وغتجاهات الأشخاص تجاه الخدمات التأمينية وتنمية الوعي التأميني وحث الأفراد على تفضيل شركة تأمين دون أخرى .
- ج- حث جماعة المشتركين على الإستمرار وتخفيض معدلات الإلغاءات وتكرار طلب الخدمات التأمينية .
- د- التذكير Reminding

يؤدي إلى تذكرة جماعة المشتركين بالمنجات التأمينية مما يؤدي إلى مقاومة المنتجات التأمينية المنافسة وخاصة عند التركيز على المزايا التأمينية وسرعة سداد التعويضات دون اللجوء للمحاكم والقضايا التي من المحتمل أن تؤدي إلى فقد بعض العملاء الحاليين والمرتقبين .

تطوير مفهوم التأمين التكافلي في ظل المنافسة

- إن تحقيق التكافل والتعاون هو أساس عقد التأمين التكافلي ، ومن ثم فإن نجاح أي شركة تأمين تكافلي يستند في المقام الأول على مجموعة من الأسس والمبادئ الشرعية ، والفنية والقانونية .
- أولا : هيئة الرقابة الشرعية ، والتي تهدف للتحقق من طبيعة عقود التأمين ومدى تطابقها مع الشريعة الإسلامية، وأيضا عمليات إستثمار حقوق المشتركين ، واسس توزيع فائض النشاط التأميني على جماعة المشتركين .ويجب تدعيم هذه الهيئة بإستشاري فني لتسليط الضوء على المنتجات التأمينية الحديثة ، ومدى توافقها مع أحكام الشريعة الإسلامية السمحاء .

ثانيا :هيئة المساهمين

- حيث تقوم بتعيين إدارة فنية متخصصة تكون قادرة على القيام بالمهام الوظيفية التالية :
- ١ـ إنتقاء الأخطار وتسعيرها وفقا للأسس العلمية والنماذج الكمية بما يحقق ، العدالة بين المشتركين ـ الكفاية (أن يكون إشتراك التأمين كاف لتغطية المطالبات المتوقعة) -أن يكون إشتراك التأمين غير مبالغ فيه ـ وأن يشجع حملة الوثائق على إستخدام أساليب الوقاية والتحكم في الأخطار ، أن تحقق إشتراكات التأمين فائضا لتدعيم السنوات التي ترتفع فيها معدلات الخسائر عن المعدلات المعيارية .

تابع واجبات الإدارة الفنية الشركة

- ٢- إدارة عمليات إعادة التأمين بما يحقق التوازن وإستقرار نتائج العمليات الفنية للتأمين وذلك لجميع فروع التأمين ، ومن ثم توزيع الخطر وتخفيق التوازن النوعي والزمني والمكاني ، بالاضافة إلى الإستفادة التي تعود على الشركة من إستحداث تغطيات تأمينية حديثة تناسب البيئة الكويتية ولا تتعارض مع مبادئ الشريعة الإسلامية .
- ٣- إدارة عمليات الإستثمار لأموال حملة الوثائق والمساهمين كل علىحدة ، حيث نجد أن نظم الإشراف والرقابة تقضي بإستثمار المال الواجب بقاؤه في أوجه إستثمارات متنوعة بما يحقق الحماية الكاملة لحقوق المشتركين، وضمان الملاءة المالية للشركة (قدرتها على الوفاء بإلتزاماتها في المواعيد المحددة ، وعدم تعرضها للعسر المالي)

إستحداث اللجنة العليا لجماعة المشتركين

- مما لاشك فيه أن شركات التأمين (تكافلي /غير تكافلي) تعتمد بصفة أساسية على الأقساط (الإشتراكات) وعائد إستثمارتها في القيام بواجباتها تجاه حملة الوثائق سواء،سداد إلتزاماتها من تعويضات ،ومصاريف إدارية وعمولات وتكاليف إنتاج ، وحملات إعلانية .
- إن تشكيل لجنة تمثل جماعة المشتركين يعد أسلوبا فريدا ،ويساهم بشكل أساسي في تقديم أفضل خدمة للمشتركين ' وأن يتم إختيار هذه أعضاء هذه اللجنة بصفة دورية (كل سنتين).ممثلين لفروع التأمين .
- أن تعقد هذه اللجنة إجتماعا في الأسبوع الأول من كل شهر برئاسة رئيس مجلس إدارة الشركة للنظر في المشاكل التي تواحه جماعة المشتركين ' ومراجعة التغطيات التأمينية ، ومشاكل تسوية وسداد التعويضات ، واسعار التأمين ،وأن يحضر الإجتماع أحد أعضاء هيئة الرقابة الشرعية .

أهمية اللجنة العليا للمشتركين

- ١- المحافظة على عملاء الشركة وتلبية رغباتهم في تقديم أفضل خدمات تأمينية ، وخاصة العملاء الإستراتيجيين ، حتى لاتخسر الشركة عميلا واحدا ،وذلك لمواجهة المنافسة.
- ٢- تبسيط الإجراءات الإدارية والخاصة بتسوية التعويضات والحد من اللجوء إلى القضاء وحل معظم المنازاعات بشكل ودي وسريع – تفعيل بند التحكيم .مما يساهم في إكتساب عملاء جدد .
- ٣- لها اثر إيجابي في تطوير وثائق التأمين وتنمية الوعي التأميني وتنقيتها من الإستثناءات التي قد تؤدي إلى فقد الثقة بين جماعة المشتركين إدارة الشركة .

تابع أهمية اللجنة العليا للمشتركين

- ٤- الحد من الإلغاءات التي تحدث من بعض المشتركين ومعرفة مسببات هذه المشكلة (سعرتأمين / معاملة إدارية /منافسة/ خصومات/ تقصير إعلامي)
- ٥- الإتفاق على تحديد مدى لسداد التعويضات وفقا لطبيعة مبلغ التأمين وقيمة التعويض ، على أن يتم التركيز الإعلامي وإدراج حد أدنى وأقصى لتسوية التعويضات .
- ٦- إن مجردالإعلان عن تشكيل مثل هذه اللجنة سيؤدي إلى تدعيم الثقة بين جماعة المشتركين والشركة، ويكون له اثارا إيجابية في نمو المحفظة التأمينية للشركة ومن المتوقع ان يصل معدل النمو إلى ٢٠%. سنويا .

توزيع فائض النشاط التأميني

- مما لاشك فيه أن مجلس إدارة الشركة، وهيئة الرقابة الشرعية والعاملين لهم دور كبير في نجاح الشركة في الوفاء بإلتتزاماتها ومن ثم فإن فائض النشاط التأميني يأتي كثمرة جهود مبذولة لهذه الأطراف ‘ فعملية إنتقاء الأخطار وتسعيرها ، وإختيار أفضل سياسة لإعادة التامين وترشيد المصروفات الإدارية ،لذا فإنه يمكن القول " انه يجب أن يحصل المساهمين ، وإدارة الشركة عن حصة من صافي فائض النشاط التأميني، فمجموعة المشتركين هم بمنزلة الشريك المضارب بالمال، ومجموعة المساهمين هم بمنزلة الشريك المضارب في العمل " لذا يجب إعادة النظر في أسس توزيع الفائض لتحفيز العاملين والإدارة وتحقيق العدالة .

References المراجع

- 1-Advertising Age: “Advertising Media Fact Book” 1992
- 2- Kotler Philip and Garry 1994. Principles of Marketing 8th .Prentice Hall1998
- ٣- الأصول العلمية للتسويق : أ.د. علي عبد المجيد عبده – دار النهضة العربية - القاهرة – ٢٠٠٠
- ٤- تقارير دورية لإدارة التأمين بوزارة التجارة والصناعة – دولة الكويت ٢٠٠٥